

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN SIMPEDA PADA
PT BPD JATIM Tbk KANTOR CABANG BATU**

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Ahli Madya Keuangan Perbankan

Oleh :

Hidayatul Mustafidah
NIM : 201710190511007

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2020**

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN SIMPEDA PADA
PT BPD JATIM Tbk KANTOR CABANG BATU**

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Ahli Madya Keuangan Perbankan



Oleh :

Hidayatul Mustafidah
NIM : 201710190511007

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2020**

TUGAS AKHIR

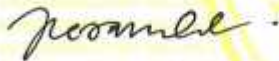
STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN SIMPEDA PADA PT BPD JATIM TBK KANTOR CABANG BATU

oleh :

Hidayatul Mustafidah
201710190511007

Diterima dan disetujui
pada tanggal 21 Juli 2020

Pembimbing I,



Dr. Nazaruddin Malik, M.Si.

Pembimbing II,



Zainal Arifin, S.E., M.Si.



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Dr. Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,



Syamsul Hadi, S.E., M.Si.

TUGAS AKHIR

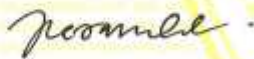
STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN SIMPEDA PADA PT BPD JATIM TBK KANTOR CABANG BATU

oleh :

Hidayatul Mustafidah
201710190511007

Diterima dan disetujui
pada tanggal 21 Juli 2020

Pembimbing I,



Dr. Nazaruddin Malik, M.Si.

Pembimbing II,



Zainal Arifin, S.E., M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,



Syamsul Hadi, S.E., M.Si.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hidayatul Mustafidah

NIM : 201710190511007

Program Studi : D-III Perbankan dan Keuangan

Email : mustafidahhidayatul187@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam Tugas Akhir ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 13 Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan,


Hidayatul Mustafidah

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH TABUNGAN SIMPEDA PADA
PT BPD JATIM Tbk KANTOR CABANG BATU**

Hidayatul Mustafidah

Program Studi D-III Perbankan dan Keuangan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang
Email : mustafidahhidayatul187@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpeda pada PT. BPD Jatim Tbk Kantor Cabang Batu”. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan : Bagaimana prosedur pembukaan Tabungan Simpeda pada Bank Jatim Cabang Batu, bagaimana fasilitas layanan Tabungan Simpeda Bank Jatim Cabang Batu, Bagaimana strategi pemasaran produk Tabungan Simpeda pada Bank Jatim Cabang Batu dan apa saja hambatan dan evaluasi yang dilakukan pada Tabungan Simpeda Bank Jatim Cabang Batu. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan menggunakan *flowchart*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prosedur pembukaan Tabungan Simpeda harus membawa persyaratan yang digunakan untuk kelengkapan data nasabah. Tabungan Simpeda memberikan fasilitas layanan berupa undian Tabungan Simpeda, *On line/ Real Time*, dan *E-Channel* Bank Jatim. Strategi pemasaran yang digunakan Bank Jatim Cabang Batu dalam memasarkan produk Tabungan Simpeda adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran 4P yaitu (*Product, Place, Price, dan Promotion*), namun masih ada kendala-kendala diantaranya adanya persaingan produk, terbatasnya fasilitas ATM Bank Jatim, dan promo yang diberikan oleh bank pesaing.

Kata kunci : Bank Jatim Cabang Batu, strategi pemasaran, Tabungan Simpeda

**MARKETING STRATEGY TO INCREASE TO INCREASE THE
AMOUNT OF SIMPEDA SAVINGS CUSTOMERS AT
PT BPD JATIM Tbk BRANCH OFFICE BATU**

Hidayatul Mustafidah

*D-III Management of Financial and Banking, Faculty of Economics and Business,
Universitas Muhammadiyah Malang
Address: Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang
Email : mustafidahhidayatul187@gmail.com*

ABSTRACT

The research entitled “Marketing Strategy to increase the Amount of Simpeda Savings Customers at PT BPD Jati Tbk Branch Office Batu”. This research aims to answer questions : what is the procedure for opening a Simpeda savings account at a Bank Jatim Branch Office Batu, how is the Simpeda savings service facility available at the Bank Jatim Branch Office Batu, how is the marketing strategy for Simpeda savings product at the Bank Jatim Branch Office Batu, and what the obstacles and evaluations made on savings Bank Jatim Branch Office Batu. The data analysis technique used is descriptive qualitative and uses a flowchart.

The results of the research show that the procedure for a opening a Simpeda savings account must carry the requirements used for data completeness. Simpeda savings provides services in the form of lottery, On line / Real Time, and facilities E-Channel Bank Jatim. The marketing strategy used by Bank Jatim Branch Office Batu in marketing Simpeda savings product is a by using marketing mix strategy 4P yaitu (Product, Place, Price, dan Promotion), but there are still obstacles including product competition, limited ATM facilities, and the promo given by competitor banks.

Keyword : *Bank Jatim Branch Office Batu, marketing strategy, Simpeda savings*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan Tugas Akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpeda pada PT. BPD Jatim Tbk Kantor Cabang Batu”**.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Ibu Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Syamsul Hadi, SE.,M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan dan Keuangan Program Diploma Tiga serta Dosen Wali Kelas A.
4. Bapak Dr. Nazaruddin Malik, M.Si dan Bapak Zainal Arifin, SE.,MSi selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya kepada penulis dan dengan sabar membimbing dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Perbankan dan Keuangan Program Diploma Tiga yang telah memberikan ilmu, pelajaran, bimbingan, petunjuk dan pengarahan selama masa kuliah sampai akhir penyusunan laporan ini.
6. Ibu Theresia Wiwin Ermawati selaku pimpinan Bank Jatim Cabang Batu yang telah memberikan izin untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapang (PKL).
7. Seluruh karyawan dan karyawan Bank Jatim Cabang Batu yang telah memberikan pengarahan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapang.
8. Untuk Bapak dan Ibu Tercinta, penulis ucapkan banyak terima kasih atas semua yang telah diberikan. Terimakasih untuk doa, dukungan, motivasi serta kasih sayangnya. Semoga kalian selalu dilimpahkan rahmat serta keselamatan dari Allah SWT.

9. Untuk sahabat dan teman dekatku, terimakasih atas dukungan dan semangat yang kalian berikan.
10. Teman-teman Program Studi Perbankan dan Keuangan Program Diploma III Angkatan 2017, terimakasih atas dukungannya.

Semoga amal kebbaikannya selalu mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat positif untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan peneliti, khususnya serta bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Malang, 21 Juli 2020

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian.....	3
E. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI	5
A. Penelitian Terdahulu.....	5
B. Kajian Pustaka	8
BAB III.....	15
METODE PENELITIAN	15
A. Lokasi Penelitian	15
B. Jenis Penelitian	15
C. Jenis dan Sumber Data	15
D. Teknik Pengumpulan Data	16
E. Teknik Analisis Data	16
BAB IV.....	18
HASIL DAN PEMBAHASAN	18
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	18
B. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
BAB V	45
PENUTUP.....	45
A. Kesimpulan.....	45

B. Keterbatasan penelitian	45
C. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN.....	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Bank Jatim.....	19
Gambar 2. Struktur Organisasi PT. BPD Jatim Cabang Batu, 2020	21
Gambar 3 Alur Pembukaan Rekening Tabungan Simpeda	34



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Suku Bunga Tabungan Simpeda	39
Tabel 4.2. Kebijakan Strategi Pemasaran (4P)	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Formulir Data Nasabah (CIF)	44
Lampiran 2. Aplikasi Pembukaan Rekening Tabungan SIMPEDA	45
Lampiran 3. Aplikasi Fasilitas ATM Bank Jatim.....	46
Lampiran 4. Syarat dan Ketentuan Umum bagi Pemegang Kartu ATM SIMPEDA .	46
Lampiran 5. Data CIF.....	47



DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto; Fatuhudin, Didin; Firmansyah, A. 2019. *Manajemen Bank*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Bessy, Isah Muzna. 2016. “Strategi Pemasaran Produk Tabunganku pada PT. Bank Jatim Cabang Pembantu Srengat”. Tugas Akhir disusun pada 2016 di Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Entaresmen, Ajeng; Pertiwi, Desy Putri. 2016. “Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Di PT. BNI Syariah Kantor Cabang X”. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Vol. 9. No. 1 2016.
- Hassibuan, Malayu. 2004. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran, Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing. Edisi Revisi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Manap, H Abdul. 2016. “*Revolusi Manajemen Pemasaran*”. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Maulana, Riki. 2016. “Pemasaran BNI Taplus Muda pada PT. Bank Negara Indonesia KLN Sawojajar Malang”. Tugas Akhir disusun pada 2016 di Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Nashr, Faishal Kamal A. 2015. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di PT. Panin Bank Syariah, Tbk Cabang Malang”. Tugas Akhir disusun pada 2015 di Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Ramadhan, Elvira. 2016. “Pemasaran Produk BNI Simponi dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Malang. Tugas Akhir disusun pada 2016 di Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Yusuf, Muri. 2016. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*”. Jakarta: Prenada Media.
- <http://bankjatim.co.id/id/suku-bunga/suku-bunga> (diakses pada 29 Maret 2020)

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN SIMPEDA PADA PT BPD JATIM TBK KANTOR CABANG BATU

ORIGINALITY REPORT

17%	17%	3%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

8%
★ eprints.umm.ac.id
Internet Source

Exclude quotes	Off	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	Off		